

확 바뀐 벤츠 C 클래스, 클래스는 변함없다



메르세데스-벤츠, 6세대 완전변경 모델 이달 국내 상륙 'C 200 4매틱 아방가르드'·'C 300 AMG 라인' 2종 출시

메르세데스-벤츠의 프리미엄 중형세단 C 클래스의 6세대 완전변경 모델 '더 뉴 메르세데스-벤츠 C 클래스'가 이달 국내에 상륙한다.

메르세데스-벤츠 코리아는 C 클래스의 6세대 완전변경 모델 '더 뉴 메르세데스-벤츠 C 클래스' (The new Mercedes-Benz C-Class)의 3월 중 국내 출시를 앞두고 라인업과 가격을 7일 공개했다.

C 클래스는 1982년 전신인 190(W 201) 모델을 선보인 이후 전세계적으로 1050만대 이상 판매된 벤츠의 베스트셀링 모델이다. 2014년 출시된 5세대 C 클래스는 전 세계적으로 250만대 이상 판매됐다.

이번 6세대 C 클래스는 벤츠의 럭셔리 플래그십 세단 S 클래스와 패밀리룩을 이루는 디자인, 혁신 기술과 디지털 기반의 최첨단 안전 및 편의사양이 대거 반영된 게 특징이다.

국내에서는 3월 중 '더 뉴 메르세데스-벤츠 C 200 4매틱(MATIC) 아방가르드'와 '더 뉴 메르세데스-벤츠 C 300 AMG 라인' 등 2종이 출시된다.

더 뉴 C 클래스의 외관은 다이내믹한 비율과 간결한 라인으로 벤츠의 디자인 철학인 '감각적 순수

미' (Sensual purity)를 구현했다고 벤츠코리아는 설명했다.

짧은 프론트와 리어 오버행, 긴 휠베이스의 조합으로 다이내믹한 비율을 갖춰 정지 상태에서도 차량이 움직이는 듯한 역동적인 인상을 주며, 보닛 위의 파워돔은 역동성을 한층 더 부각시킨다는 것이다. 라인을 최소화한 측면은 정교하게 조각된 표면이 독특한 조형 효과를 만들어내며, 후면은 트렁크 라인까지 이어지는 새로운 테일램프 디자인이 적용돼 보다 스포티한 느낌을 강조했다고 덧붙였다.

더 뉴 C 200 4매틱 아방가르드 모델의 전면부는 중앙의 삼각별 로고 및 루브르와 함께 세로형 블랙 라디에이터 그릴, 크롬으로 마감된 프론트 에어프런트로 새로운 패밀리룩을 완성했다.

더 뉴 C 300 AMG 라인에는 다이아몬드 라디에이터 그릴과 19인치 AMG 멀티 스포크 경량 알루미늄 휠 조합으로 스포티함을 더했다. 더 뉴 S 클래스에서 최초로 선보인 디지털 라이트가 기본 사양으로 제공된다. 디지털 라이트는 130만개의 마이크로 미러를 통해 빛이 굴절 및 조사돼 차량당 260만 픽셀 이상의 해상도로 안전한 주행을 돕는다.

특히 더 뉴 C 클래스는 이전 세대 모델 대비 25mm

늘어난 휠베이스로 실내공간이 넓어졌고, S 클래스에 적용된 다양한 혁신 기술과 디지털 요소가 탑재돼 내부 인테리어에 변화를 줬다.

대시보드와 센터 콘 디스플레이는 운전석을 향해 약 6도 기울어진 디자인을 채택해 스포티함을 더했다. 차량 중앙에 위치한 11.9인치 세로형 고해상도 LCD 디스플레이를 통해 간단한 터치만으로 차량 내 다양한 기능을 제어할 수 있으며, 더 뉴 S 클래스를 통해 최초로 선보인 2세대 MBUX (Mercedes-Benz User Experience) 인포테인먼트 시스템도 탑재됐다.

운전석에는 12.3인치 와이드 스크린 콕핏이 적용돼 뛰어난 시인성으로 주행에 필요한 다양한 정보

를 확인할 수 있다. 운전자의 취향과 원하는 정보에 따라 클래식(Classic), 스포티(Sporty), 프로그레시브(Progressive) 3가지의 디스플레이 스타일을 설정할 수 있다. 64가지 색상으로 구성된 엠비언트 라이트(Ambient light)는 탑승객이 원하는 스타일과 분위기로 실내를 연출할 수 있으며, 공조 시스템의 온도를 조절하는 경우 에어 벤트의 조명 색상이 변화하며 설정 온도가 변했음을 알려준다.

또 공기 청정 패키지가 기본 적용돼 차량 내외부의 초미세먼지 농도를 상시로 모니터링하고, 필요 시 내기 순환모드를 통해 공기 유입을 차단해 실내 공기질을 쾌적하게 유지해준다.

이밖에 2세대 마일드 하이브리드 엔진이 탑재됐다. 48V 온보드 전기 시스템을 갖춘 471통 기술인 엔진(M254)에 통합 스타터 제너레이터(ISG)가 탑재돼 가속 시 최대 20마력의 힘을 추가적으로 제공한다. 더 뉴 C 클래스 전 모델에는 통합 스타터-제너레이터에 맞춰 개발된 9단 변속기가 탑재됐으며, 최첨단 주행 보조 시스템 '드라이빙 어시스턴스 패키지 플러스'가 기본 적용되는 등 안전·편의사양도 향상됐다.

더 뉴 C 클래스의 판매가격은 개별소비세 인하 분 및 세제혜택 반영 기준 더 뉴 C 200 4매틱 아방가르드 6150만원, 더 뉴 C 300 AMG 라인 6800만원이다. /박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

(메르세데스-벤츠코리아 제공)

중고 전기차 '금값'

반도체 수급난에 신차 출고 늦어져 중고차 시장 활황세

차량용 반도체 수급난에 따른 신차 출고 지연 현상으로 중고차 시장이 활황세를 보이는 가운데 중고 전기차도 큰 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다.

최근 전국 지방자치단체의 보조금 확정으로 급증한 전기차 수요가 신차 시장에서 모두 수용되지 못하자 중고차 시장으로 이어지는 모양새다.

7일 카이스트에너지연구소에 따르면 지난달 국내 전기차 판매량은 8591대로, 전년 1월(1876대) 대비 357.9% 급증했다.

올해 지자체별 전기차 보조금 규모가 지난달 모두 확정되면서 보조금을 받을 수 없었던 1월 대비 전기차 수요가 크게 증가한 것으로 풀이된다.

특히 지난해 같은 달(2042대) 대비로도 4배(320.7%) 넘게 증가한 것을 고려하면 친환경차인 전기차가 내연기관차를 대체하는 흐름이 빨라지고 있는 것이라고 업계 관계자들은 전했다.

인기가 높아지면서 전기차의 고객인도 대기기간도 다른 차종에 비해 길어지고 있다.

전 세계적인 반도체 공급난으로 전 차종에 걸쳐 생산 차질이 빚어지고 있는 상황에서 전기차 수요가 갑자기 늘면서 공급이 이를 따라가지 못하고 있기 때문이다.

자동차 구매정보 플랫폼 겐자의 집계를 보면 이달 기준 국내 차량의 인도 기간은 평균 6개월이었지만 현대차와 제네시스의 전용 전기차인 아이오닉5와 GV60은 출고 대기기간이 1년 이상이었다. 기아의 전기차 EV6는 차를 인도받기까지 15개월이나 기다려야 하는 것으로 나타났다.



기아 EV6

이처럼 신차 출고 지연이 심화되면서 전기차 수요가 중고차 시장으로 향하고 있다. 중고차 시장에서는 전기차가 등록되자마자 팔리거나 최신 모델 시세가 신차와 비슷한 수준으로 형성되는 사례가 최근 잇따르고 있다.

직영 중고차 플랫폼 기업인 케이카에 따르면 전기차의 경우 중고차 매입 후 판매까지 소요되는 기간이 지난해 9월 34일이 달했지만, 올해 1월에는 15일까지로 단축됐다.

차종별 시세를 살펴보면 지난달 테슬라 모델X의 중고 가격은 작년 12월 대비 955만원 올랐고, 현대차의 아이오닉5와 더 뉴 아이오닉 일렉트릭도 각각 200만원, 183만원 뛰었다.

소상공인들이 주로 이용하는 전기상용차인 현대차의 포터2 일렉트릭과 기아의 더 뉴 봉고III 트럭 EV도 같은 기간 각각 500만원, 300만원 올랐다.

/연합뉴스

르노삼성차 XM3 2023년형 모델 출시

르노삼성차는 스포츠유틸리티차(SUV) 모델인 XM3의 2023년형 모델을 출시한다고 7일 밝혔다.

르노삼성차는 이날부터 고객 인도를 시작한다. 출고 지연을 최소화하기 위해 지난 1월19일부터 사전 예약을 받았고, 2330여명이 예약했다.

2023년형 XM3에는 최상위 사양이 적용된 '인스파이어'(INSPIRE) 트림이 추가됐다. 인스파이어 트림은 가죽시트 패키지(통풍 시트 및 뒷좌석 열선 시트)와 블랙 투톤 루프를 기본 사양으로 한다. LE 트림부터 기본 적용되는 '차음 윈드 실드 글라스'는 전면 유리에 차음재를 삽입해 고주파 소음의

투과를 줄이고, 실내 유입 소음을 저감한다.

르노삼성차는 '어시스트 콜' 기능도 추가했다. 어시스트 콜은 긴급 상황 발생 시 24시간 운영되는 전담 콜센터를 통해 긴급구조 신고 및 사고처리를 지원하는 서비스다. 에어백이 터지는 사고가 나면 자동으로 차량 위치가 콜센터로 전송된다.

XM3 연비는 TCe 260 모델 13.8km/ℓ, 1.6 GTe 모델 13.6km/ℓ다. 판매가격은 개별소비세 3.5% 적용 기준 트림별로 1865만~2862만원 선이다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

현대차 "신차 수준 중고차 내놓겠다"

중고차 시장 진출 공식화

5년·10만km 이내 자사 브랜드

200여개 항목 검사 후 상품화

현대자동차는 7일 중고차 시장 진출을 공식화하고, 신차 수준의 상품화를 목표로 한 중고차 사업 방향을 공개했다.

이날 현대차에 따르면 현대차는 제조사로서 보유한 기술력을 활용해 성능검사와 수리를 거친 인증중고차(CPO-Certified Pre-Owned)만 시장에 공급한다는 방침을 세웠다.

이를 위해 5년, 10만km 이내의 자사 브랜드 차량을 대상으로 국내 최대수준인 200여개 항목의 품질검사를 실시하고, 이를 통과한 차량을 신차 수준의 상품과 판매 과정을 거쳐 선보일 계획이다.

또 현대차는 총 3단계에 걸친 중고차 품질검사와 인증체계(매집검점-정밀진단-인증검사)를 마련하고, '인증중고차 전용 하이테크센터'도 구

축한다.

현대차는 고객이 타던 차량을 매입하고 신차 구매 시 할인을 제공하는 보상판매 '트레이드 인'(Trade-in) 프로그램도 선보인다.

이밖에 차량 주행거리나 성능 상태 등의 정보를 독점할 수밖에 없었던 중고차 시장의 문제를 개선하기 위해 중고차 관련 정보를 수집·분석한 후 종합해서 보여주는 '중고차 통합정보 포털'(가칭 중고차 연구소)을 구축할 계획이다.

중고차 통합정보 포털에서는 중고차의 성능·상태 통합정보와 적정가격 산정, 허위·미끼 매출 스크리닝 등의 서비스가 주를 이룬다.

아울러 중고차 시장의 현재 상황을 파악할 수 있도록 중고차 가치지수와 실거래 대수 통계, 모델별 시세 추이, 모델별 판매순위 등의 정보도 제공된다. 이 중 중고차 성능·상태 통합정보는 국토부와 보험개발원 등이 제공한 정보를 토대로 소비자 자신이 자신이 구매하려는 중고차의 사고 유무와 보험수리 이력, 침수차 여부, 결함·리콜내역 등을 한눈에 확인할 수 있게 했다.

이밖에 '내차 시세 서비스'에서는 적정가격을 투명하게 제공해 소비자들 사이 허위·미끼 매출을 걸러낼 수 있다고 현대차는 전했다.

또 현대차는 모바일 앱 기반의 온라인 가상전시장을 중심으로 중고차 판매채널을 운영한다. 소비자들은 가상전시장에서 상품 검색과 비교에서부터 견적과 계약, 출고, 배송에 이르기까지 구입 전 과정을 원스톱으로 진행할 수 있을 전망이다.

특히 대기업의 중고차 시장에 있어 가장 큰 걸림돌이었던 기존 중고차업계의 반발을 최소화하기 위해 현대차는 중고차매매계약과 관련한 상생안도 적극적으로 준수할 방침이다.

현대차는 기존업계의와 상생협력과 중고차 시장의 발전을 위해 5년, 10만km 이내의 자사 브랜드 중고차만 판매하고, 인증중고차 대상 이외의 매입 물량은 경매 등을 통해 기존 매매업계에 공급 예정이다. 아울러 연도별 시장점유율 제한과 중고차 통합정보 포털 공개, 중고차산업 종사자 교육 지원 등도 제시했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

자동차·생활용품 한 눈에... 현대차 '현대숍' 오픈

현대차는 자동차용품 쇼핑몰 '카라이프 몰'과 일반 생활용품을 판매하는 '블루라이프 몰'을 통합한 온라인 쇼핑몰 '현대숍'(Shop)을 오픈했다고 7일 밝혔다.

두 개의 온라인 몰을 일원화함으로써 블루멤버스 포인트 사용 편의성을 한층 높였다는 게 현대차의 설명이다. 블루멤버스 포인트는 신차 구매·정비·생활용품 제휴처 등에서 포인트를 현금처럼 사용·적립할 수 있다.

현대Shop은 다양한 차종별 브랜드 상품을 한눈에 확인할 수 있도록 구성한 것이 특징이다.

커스텀이징 브랜드를 비롯해 현대 클래식 및 현대모터스튜디오 상품도 한데 모은 '현대브랜드관' 메뉴를 개설해 자동차 생활과 관련된 상품을 스토리와 함께 전달한다.

특히 현대차 보유 고객이 사이트에 로그인할 경우 차량 정보를 연동해 자동차 보충 연장, 튜닝, 액세서리 상품 등을 추천하는 전용 서비스를 제공해 개인화 서비스를 강화했다.

이밖에 ▲계절, 날씨, 연령대, 고객 보유 포인트를 기반으로 맞춤형 상품을 추천하는 마이 카(MY CAR) ▲최다 판매 항목을 추천하는 베스트



▲자동차 콘텐츠를 매거진 형식으로 제공하는 스토리 ▲자동차와 라이프 관련 상품 이벤트를 진행하는 기획전 등 차별화된 서비스를 선보인다.

현대차는 현대Shop 오픈을 기념해 다양한 이벤트를 추진한다. 주차별 할인 혜택을 제공하는 '워클리 릴레이'를 4주간 진행하며, '마이현대 앱'을 통해 방문한 고객을 대상으로 추첨을 통해 모바일 기프트콘도 제공한다. 이와 함께 이벤트 기간 내 상품을 구매한 고객에게 추첨을 통해 브랜드 굿즈를 제공, 공동구매 할인이벤트 등도 진행할 계획이다. /박기용 기자 pboxer@

마세라티 MC 20 계약 때 마크앤로나 골프백 증정

이탈리안 하이퍼포먼스 럭셔리 마세라티는 3월 한 달간 MC20 및 프라그먼트 에디션 출시를 기념해 특별 프로모션을 진행한다고 7일 밝혔다.

MC20을 계약·출고한 고객에게는 골프의류 브랜드 마크앤로나와 함께 특별 제작한 골프 캐디백을 증정한다.

국내 5대 한정판으로 들어온 '프라그먼트 스페셜 에디션'도 2022년형 모델(7블리, 파트로포르테, 르반데 한정) 계약 고객의 경우 평생 소모품 무상교환 및 연장보증 서비스를 기존 3년에서 5년으로 연장 제공하는 특전을 제공한다. 또 이달 중 계약 및 출고 고객에게는 서울 풀만 호텔 1박 숙박권 및 조식 등을 제공한다.

이번 에디션은 패션디자이너 후지와라 히로시와 협업한 모델로, 전 세계에 단 175대만 제작됐다.

이밖에 프로모션 기간 중 전시장 방문 및 시승을 진행한 고객 대상으로는 마세라티 우산도 증정한다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr